

改革とは慣性との戦い

企業が直面している問題の一つに、「職場のストレス」「心の病」「うつ病」の広がりがある。

これは、企業の風土病であり、社員の健康問題は、もはや、経営課題になっている。経営業績の向上をめざしながら、それがために、逆に「風土病」に陥っているのです。

組織には、慣性が働き、腐敗するという宿命がある。経営改革とは、慣性との戦いであり、風土の改革である。風土改革を阻害する最大の要因は、「心の壁」、つまり考え方、価値観です。故に、経営改革、風土改革には、意識革新が不可欠なプロセスなのです。

職場の二つの側面

職場には、「業務的側面」と「人間的側面」がある。経営業績の向上、生産性の向上をめざして、仕事をするのが、本来の職場の姿である。しかし、その仕事をするのは感情を持った人間であり、人間的な側面を無視しては、仕事が進まないことが多いものです。端的に言えば、「気が向く、向かない」「好き、嫌い」という感情だけでも、仕事に取り組む心構えに大きな違いがあり、その成果に大きな影響を与えます。

商店の店員さんが、楽しく、明るく、親切に接客してこそ、お客さんが満足し、商売も繁盛するのです。店員さんが、仕事が好きで、仕事に喜びを感じて、心が澁刺としていればこそ、その接客も素晴らしいものになるのです。

「人の心の活性化なくして、生産性の向上はない」

これは、すべての仕事について言えることです。経営業績の向上を目ざすならば、職場の「人間管理」に心をもち、社員の心が澁刺と、活性化していることが大切です。社員を働く機械にしてはなりません。人格をもった人間として認めるべきです。

やる気の源泉

どうすれば、「やる気」が高まるのでしょうか。

ある調査によると、

- ①目的があるとき
- ②好きになるとき
- ③興味があるとき
- ④欲があるとき
- ⑤達成感があるとき

もっとも大切なことは、「目的があるとき」です。「目的がある」とは、「何のために」ということを、明確に意識することです。仕事は大なり小なり、「一つの作業」が伴います。これを「単なる作業」とみるのか、あるいは、「その作業の目的は何か」を理解するのとは、作業に込める心、熱意が異なり、当然、仕事の成果も異なります。作業に心を添えることによって、生きた仕事になるのです。

例えば、レストランで注文された食べ物を出す。食べ物を出すという作業は同じでも、「何のために、食べ物を提供するのか」という目的が意識されておれば、接客の態度、しぐさ、表情にも、おのずと笑顔に溢れ、やさしく、テキパキしたものになるはずで



多くの企業が「顧客満足の実現」を唱えています。しかし、言葉だけが一人歩きしていないかどうか、日々の仕事、足もとを点検してみるのが大切です。

顧客と接する第一線の社員の心の活性化なくして、顧客満足はありえません。顧客満足を実現できるのは、経営者ではなく、第一線の社員の「やる気」なのです。

社員のやる気を高めるために「目的は何か」ということの意味を、徹底的に深めることです。

「仕事の目的は何か」…それは経営理念に明記されております。経営理念が風化していないかどうか、それは社員の仕事ぶりを見れば一目瞭然に分かります。



テクノ経営総合研究所 TECコンサルタント

上田 勝 うえだ まさる

松下電器出身、営業本部および本社経営監査部等を経て、松下流通研究所、販売研究所 取締役所長を歴任

NPO兵庫経営塾 副理事長

著書『すべての仕事に商いの心を』（碧天舎）「マーケティング理論の基本は商家の家訓の中にある」「部下の心をつかむ正しいリーダーシップのあり方」（『ダイヤモンド・セールスマネジャー』に連載）